

LE CONSOMMATEUR ET LE LABEL DE QUALITÉ DES PHARMACIENS

Février 2007

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Fondation d'utilité publique

Boulevard Paepsem, 20 – 1070 Bruxelles

LE CONSOMMATEUR ET LE LABEL DE QUALITÉ DES PHARMACIENS

LES CONSOMMATEURS ET LES ALLEGATIONS DE SANTE

Les consommateurs¹ avouent une connaissance limitée de la nutrition. 87 % des consommateurs pensent que l'alimentation influe sur la santé et pensent que bien manger c'est manger raisonnablement de tout. Ils recherchent une alimentation saine mais ils estiment (38 %) que pour manger équilibré, il faut avoir des connaissances en diététique et sont cependant conscients de leurs limites en matière de nutrition.

Malheureusement, ils doutent des informations émanant des producteurs. Ainsi, la publicité concernant les bienfaits sur la santé fait douter les consommateurs qui ne sont pas prêts à essayer n'importe quoi et l'information émanant de producteurs est reçue avec circonspection. Les consommateurs pensent que, lorsqu'ils vantent leurs produits, les producteurs mentent (70%) ou omettent de préciser que quand un ingrédient est bon pour la santé, d'autres qui composent le produit le sont moins.

L'utilisation des avantages des produits même prouvés scientifiquement a des limites et transforme dans l'esprit du consommateur un aliment en médicament. Certains producteurs alimentaires mettent en évidence des bénéfices nutritionnels de produits qui de par leur composition sont déséquilibrés en sucres et en matières grasses.

D'autres insistent dans le cas des aliments enrichis sur les avantages offerts par les nutriments comme les minéraux ou les vitamines, sans évoquer les risques d'une surconsommation.

D'autres encore vantent les mérites de produits avec ajout de nutriments et augmentation de prix, alors que ces nutriments pourraient être apportés par une alimentation équilibrée et souvent meilleur marché.

LES CONSOMMATEURS ET LES LABELS

Le CRIOC a publié² une étude sur les attentes des consommateurs en matière de label dont les conclusions sont les suivantes :

- Un consommateur sur trois estime, en général, que la présence d'un label ou d'une certification est un critère important dans la sélection d'un produit. Toutefois, cette demande est plus importante chez les consommateurs âgés de 40 ans qui manifestent plus d'intérêt que les consommateurs jeunes, ou parmi ceux appartenant aux groupes sociaux supérieurs.
- Trois consommateurs sur quatre désirent être mieux informés sur les labels. Ils pensent que les organisations de consommateurs sont mieux à même de les informer. Toutefois, ils demandent que cette information soit présente en priorité sur les emballages (plus d'information), dans les médias et dans les publicités des grandes surfaces. Ils attendent aussi que les logos soient plus explicites et plus appropriés.

C'est ainsi que les organisations de consommateurs ont identifié les éléments clés pour garantir la qualité d'un label. D'autant que la grande diversité des labels peut être source de confusion pour les consommateurs.

¹ <http://www.oivo-crioc.org/textes/pdf/832.pps>

² <http://www.observatoire-consommation.be/page.php?ID=1850>

Le 26 janvier 2005, les représentants des consommateurs, dans l'avis n°334 sur la problématique des labels³ dressaient un inventaire complet de ce qu'un label devait représenter à leurs yeux.

« Est considéré comme label tout signe de reconnaissance (comme, par exemple, un terme ou un pictogramme) par lequel un producteur ou prestataire informe le consommateur sur les qualités spécifiques qui caractérisent ses produits ou services afin d'en promouvoir directement ou indirectement la vente.

« Est seul autorisé le label qui :

- 1. Garantit une valeur ajoutée par rapport aux dispositions légales ;*
- 2. Est octroyé par un organisme indépendant du producteur ou prestataire et qui exerce un contrôle à priori ou à posteriori régulier sur les produits ou services auxquels est conféré le label ;*
- 3. Est conforme à un cahier des charges transparent et officiellement reconnu par les pouvoirs publics, et soumis au contrôle d'un organisme accrédité à cette fin par les pouvoirs publics;*
- 4. Est facilement identifiable et compréhensible par le consommateur ;*
- 5. Informe de manière claire, non-ambiguë et précise sur la valeur ajoutée »*

LE LABEL DE QUALITE DES PHARMACIENS

Le CRIOC constate que le label proposé par l'APB et portant sur les produits parapharmaceutiques, s'inscrit dans les revendications des organisations de consommateurs.

Ce que les organisations de consommateurs demandent	Ce que le label de qualité des pharmaciens propose
Existence d'une valeur ajoutée par rapport à la loi	Le dossier de demande d'octroi de label doit fournir des preuves des effets revendiqués, des recommandations pour un usage optimal de ces produits, une analyse microbiologique
Label octroyé par un organisme indépendant du producteur qui exerce un contrôle à priori ou à posteriori	C'est la commission du label qui octroie le label et le Service de contrôle des médicaments qui effectue des contrôles réguliers sur base ou non de plaintes reçues.
Conforme à un cahier de charges transparent reconnu par les pouvoirs publics et soumis au contrôle d'un organisme accrédité à cette fin par les pouvoirs publics	Les produits labellisés sont soumis par le Service de Contrôle des Médicaments (SCM) de l'APB à un recontrôle régulier. Le SCM traite par ailleurs toutes les plaintes formulées à l'égard de la qualité de ces produits et informe les pharmaciens en cas de retrait. procédure approuvée par la Commission européenne

³ Source : http://www.mineco.fgov.be/protection_consumer/councils/consumption/pdf_avis_2005/334.pdf

Logo facilement identifiable et compréhensible par le consommateur	Croix verte avec en son centre un cercle coché d'un V d'approbation
Informe de manière claire, précise et non-ambiguë sur la valeur ajoutée	Ce logo informe que le produit est contrôlé, garanti et approuvé par le pharmacien.

Editeur responsable

Marc Vandercammen

CRIOC

Fondation d'utilité publique

Boulevard Paepsem 20

1070 Bruxelles

Tel. 02 547 06 11 – Fax 02 547 06 01

www.crioc.be

NE 417541646

Edition 2007

Référence catalogue: 418-07

D-2007-2492-14

© CRIOC Reproduction autorisée moyennant accord préalable de l'éditeur et mention de la source.